

10. *Страинов С.Л.* Журналистика на ниве просвещения // Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития. Тезисы научно-практической конференции. Ч. 1. М., 2001. С. 12-13.
 11. *Ученова В.В.* Научная популяризация. М.: МГУ, 1968. 147 с.
 12. *Тертычный А.А.* Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2011. 548 с.
 13. *Тертычный А.А.* О науке – популярно // Журналист. 2003. № 6. С.73. Гюйгенса окуляр // Советский энциклопедический словарь. М.: СЭ, 1982. С.358.
 14. *Панков А.В.* Популяризация науки в периодической печати (на материале литературно-общественно-политических журналов): дис. ... канд. фил. наук. М., 1973. 244 с.
 15. Сравнение // Дипакадемик. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3386 (режим доступа – свободный).
 16. *Тертычный А.А.* Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2001. 186 с.
 17. *Горохов В.М.* Слагаемые мастерства. М.: Мысль, 1982. 139 с.
 18. *Тертычный А.А.* Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2001. С. 212-218.
 19. *Чавчанидзе В.В., Гельман О.Я.* Моделирование в науке и технике. М., 1966. 237 с.
 20. Большая литературная энциклопедия. М.: СЭ, 2005. 367 с.
 21. *Тертычный А.А.* Социальное познание в журналистике. Методология. Методы. Методика. М.: МГУ, 2008. 184 с.
-

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РОЛИ ЖУРНАЛИСТОВ

В.В. Тулупов,

Воронежский государственный университет, декан факультета журналистики
E-mail: vlvtul@mail.ru

Аннотация: в статье применен системный подход для выявления профессиональных ролей журналистов.

Ключевые слова: журналист, публицист, профессия, фактор, функция, миссия, канал СМИ, жанр.

Summary: the article used a systematic approach to identify the professional roles of journalists.

Keywords: journalist, essayist, profession, a factor function, mission, media channel, genre.

В начале 2014 г. Союз журналистов России опубликовал документы для экспертизы профессиональных стандартов работников СМИ. Профессиональные стандарты разработаны для редактора, корреспондента, оператора, ведущего телепрограммы, специалиста по производству продукции телерадиовещательных СМИ, специалиста по производству печатных СМИ, специалиста по продвижению и распространению продукции средств массовой информации. По словам разработчиков, внедрение данных документов, призванных обобщить трудовые функции медиасотрудников и стандартизировать требования к ним, позволит упорядочить систему трудовых отношений в отрасли, поскольку появляется еще одна возможность более четко определить компетенции, навыки, умения принимаемых на работу сотрудников. Думается, это хорошее подспорье и для системы журналистского образования: ведь ФГОС ВПО последнего поколения ориентирует вузы на компетентностный подход.

В ходе развернувшейся дискуссии между сторонниками и противниками стандартизации выяснилось, что к созданию вышеназванных документов экспертов подвигло не только требование Трудового кодекса, но и то, что они могут стать дополнительным инструментом комплаенс-системы¹, а также гарантом реализации журналистикой своих природных функций, инструментом саморегулирования в сфере профессиональной журналистской и редакторской деятельности.

На наш взгляд, подобные документы могут стать и основой общественного договора между медиа и властью, медиа и бизнесом, медиа и гражданским обществом, медиа и аудиторией. Ведь в настоящее время страдают все стороны, и эксперты (в частности, заместитель председателя Палаты медиасообщества Общественной коллегии по жалобам на прессу, вице-президент по вопросам саморегулирования Гильдии издателей периодической печати Евгений Абов) отмечают ряд негативных моментов [1]. Выделим среди них нарушения имущественных интересов владельцев СМИ, подвергающихся серьезным финансовым рискам в связи с исками о диффамации; сужение для представителей бизнеса выбора объективных, независимых каналов общественных коммуникаций с потребителями и с властью; препятствия к получению населением объективной информации, в том числе о финансовых и потребительских рынках; о деятельности бизнеса, местной и федеральной власти и т.д.; создание угроз репутации публичных политиков, предпринимателей, общественных и культурных деятелей; подрыв международного имиджа страны и стимулирование волны критики в адрес российских властей за пренебрежение к институту независимой прессы и косвенное поощрение «коррупционной практики» СМИ.

Профессия журналиста давно и плодотворно изучается российскими исследователями [2-6], и в отечественной научной литературе продолжают появляться работы, посвященные в том числе классифицированию профессиональных ролей работников СМИ [7]. Цель новейших изысканий очевидна: стремясь навести осмысленный порядок явлений, вещей, понятий и другого, можно и в

¹ Контроль соответствия журналистской деятельности на медиарынке действующему законодательству.

практической деятельности применить точные классификации: ведь, выделив некий тип как «единицу расчленения изучаемой реальности», мы можем выявить специфику объекта исследования, определить его внутренние и внешние связи¹. В журналистской отрасли также важно представить научно обоснованную профессиограмму (от лат. *professio* – специальность + *gramma* – запись), то есть систему признаков, описывающих ту или иную профессию, а также включающую в себя перечень норм и требований, предъявляемых этой профессией или специальностью к работнику.

Думается, классифицирование по существенным признакам и с применением системного подхода профессиональных ролей работников СМИ позволяет создать, например, типологию современных журналистов, поверяемую идеальной моделью, – например, системой профессиональных и этических стандартов. При этом важен как *атрибутивный*, так и *интерпретативный* подходы.

Первый подход, характеризующийся определением свойств, способствующих успеху в профессии, реализуется уже в вузе:

- университетская система журналистского образования нацелена на привитие определенных умений и навыков, основанных на базовых теоретических и специальных знаниях;
- особая компетентность гарантируется ФГОС;
- знакомство студентов с этическим кодексом позволяет обеспечивать профессиональную идентичность.

Второй подход, способствующий стимулированию профессионалов к высокому статусу и восходящей социальной мобильности, начинает реализовываться сначала в рамках учебных и производственных практик, а затем – в штатной редакционной деятельности:

- журналисты выполняют определенные служебные обязанности на благо общества;
- журналисты оформляют членство в профессиональных организациях.

Применив **SWOT-анализ**, выделим существенные характеристики профессии журналиста, а также проблемы, с которыми неизбежно сталкивается специалист и условия реализации самообразовательного процесса и достижения конкретных результатов.

К *сильным сторонам (Strengths)* отнесем востребованность обществом (уважение со стороны власти и романтический ореол в общественном мнении), опору на глубокую мировую и отечественную традицию, широкую информированность субъектов интеллектуальной деятельности, разностороннюю техническую и технологическую подготовленность, командный характер работы. Профессия журналиста позволяет почти ежедневно видеть результаты своего труда, и в ней одинаково успешно – при условии верно избранной специализации – работают и мужчины, и женщины.

Среди *слабых сторон (Weaknesses)*: беглый, поверхностный подход к объектам изучения и отражения, зависимость от владельца, учредителя, издателя,

¹ Профессиограмма может включать в себя также перечень психологических характеристик, которым должны соответствовать представители конкретных профессиональных групп.

властных структур, круглосуточную занятость, частые командировки, невысокая заработная плата.

Возможности (Opportunities): помощь другим людям, возможность видеть мир, встречаться со многими интересными людьми, получать новую (нередко эксклюзивную) информацию.

Угрозы (Threats): к внутренним угрозам относятся опасность физического или морального давления, к внешним угрозам отнесем следующие моменты: исключительность положения журналиста может порождать такие качества натуры, как завышенная самооценка, высокое самомнение, излишняя самоуверенность, фамильярность, бесцеремонность и т.п.; сама профессия постоянно нацеливает на негатив, что может порождать такие качества натуры, как критиканство, цинизм, равнодушие, небрежное – свысока – отношение к людям, их судьбам; открытость профессии, возможность любому физическому лицу учреждать СМИ привлекают массы дилетантов.

Профессиональные и личностные качества журналиста можно также оценить с точки зрения действия **внутренних, внешних и субъективных факторов.**

Внутренние факторы связаны с особенностью самой профессии, журналистского труда (производственно-творческого и индивидуально-коллективного). По сути – это те или иные врожденные или приобретенные способности человека, стремящегося стать подлинным профессионалом: оперативность, аналитизм, объективность, сообразительность, находчивость, обаяние, умение прогнозировать, коммуникабельность, общительность, любознательность, инициативность, рациональность, трудолюбие (работоспособность, усидчивость), креативность, эрудированность, владение устным и письменным словом, умение вести полемику, поддерживать дискурс, умение работать в команде и по жесткому графику, потребность рассказывать, умение создавать оригинальный информационный продукт, следование профессиональным и этическим стандартам.

Внешние факторы влияют извне, и это – требования к знанию родного и иностранных языков, к универсальности (умение работать на разных платформах), к технической подготовленности (умение работать на компьютере, с фото-, аудио- и видеоаппаратурой, умение верстать, умение водить машину и т.д.), к правовой подготовке.

Субъективные факторы связаны с человеческими качествами специалиста, которые также можно развить в ходе воспитания и самовоспитания: гражданственность, пассионарность, ответственность, честь и достоинство, смелость, мужество, доброта, физическое здоровье.

Исходя из набора **функций**, присущих журналистике, выделим ряд профессиональных ролей: *журналист-информационник, журналист-аналитик/критик, журналист-пропагандист, журналист-развлекатель.*

Журналист-информационник (распространитель информации – disseminator). Очевидно, что каждый журналист в процессе своей профессиональной деятельности способствует реализации всего набора функций журналистики, но с разной степенью их презентации. И хотя все корреспонденты

призваны о чем-то *информировать* аудиторию¹, для хроникеров и репортеров эта задача все же является основной.

Журналист-аналитик (эксперт, комментатор, аналитик информации – interpreter), журналист-критик (оппонент власти – adversary). Применяя такие логические методы познания, как анализ и синтез, комментируя события и явления действительности, выступая своеобразным общественным контролером власти, такие журналисты реализуют, прежде всего, *контролирующую* функцию.

Журналист-пропагандист (агитатор, социальный организатор). Стремясь оказывать влияние на мировоззрение населения, пропагандируя определенные идеи и ценности, предлагая образцы для подражания, призывая к осуществлению некой деятельности, журналисты решают многочисленные *идеологические* и *культурно-просветительские* задачи.

Журналист-развлекатель (entertainer). СМИ могут способствовать эффективной релаксации аудитории, адресуя ей развлекательную информацию (*рекреативная/гедоническая/развлекательная функция*). В последнее время все более популярным становится способ подачи информации с оттенком развлекательности, называемый *инфотейнментом* (от слов «информация» – information и «развлечение» – entertainment). Такой способ начал применяться сначала на телевидении, но сегодня охотно используется и в массовой печати – в изданиях квалоидного типа².

Что касается *рекламно-справочной функции* журналистики, то ее реализацией должны заниматься не журналисты, а рекламисты и пиармены (при этом заметим: многие журналистские тексты могут производить рекламные и PR-эффекты).

Применяя в качестве классификационного основания **миссию журналистской профессии**, можно выделить следующие ролевой ряд: *журналист-гуманист, журналист-специалист, журналист-художник*.

Журналист-гуманист (идеалист) – понимает журналистику как инструмент общественного мнения и следует принципам этики.

Журналист-специалист – ценит, прежде всего, преданность профессии и компетентность, аналитизм.

Журналист-художник (литератор) – стремится к творческой самореализации [7].

При этом исследователь С. Пасти разделяет идеалистов и гуманистов и отдельно называет пропагандистов – разновидность «беспринципных и лживых» журналистов, подделывающих факты, манипулирующих аудиторией, ставящих карьерные соображения выше собственных убеждений. Думается, это оценочный подход – более того, подобных работников вряд ли разумно числить по

¹ В этом смысле логично рассматривать информационную функцию как *суперфункцию* журналистики. Некоторые исследователи не выделяют также отдельно и *коммуникативную* функцию, полагая, что каждый журналист через средства массовой коммуникации при помощи информации налаживает связи между различными организациями, общественными институтами, конкретными людьми, и это является имманентным свойством профессии.

² Основа термина «квалоид» – от лат. quails какой, какого качества, а суффиксальная часть – от англ. tabloid / таблоид).

рангу профессиональных журналистов, поскольку в данном случае происходит подмена вида деятельности: журналистского – политтехнологическим. А пропаганда – не более чем метод распространения информации и знаний – вполне легальный и продуктивный, применяемый повсеместно при реализации идеологической и культурно-просветительской и других функций журналистики. То есть логичнее различать *стигматизированного пропагандиста*, обладающего «постыдным социальным качеством», и *пропагандиста, добросовестно решающего журналистские или PR-задачи*.

Что касается звания *публициста*, то мы склонны присоединиться к мнению Оноре де Бальзака, написавшего в свое время следующее: «Некогда публицистами именовали великих писателей, таких, как Гроций, Пуфендорф, Боден, Монтескье, Блекстон, Бентам, Мабли, Савари, Смит, Руссо, ныне же так именуют всех писак, которые *делают* политику. Из творца возвышенных обобщений, из пророка, из пастыря идей, каким он был прежде, публицист превратился в человека, занятого сомнительной Современностью. Лишь только на поверхности политического тела выскакивает прыщ, публицист принимается его тереть, расчесывает болячку до крови и пишет по этому поводу книгу, оказывающуюся зачастую сплошным обманом. Публицистика была огромным концентрическим зеркалом: нынешние публицисты распилили его на части и ослепляют толпу каждый своим осколком» [8]¹.

Работа на различных **каналах (платформах)** требует от журналиста особого набора качеств, умений и навыков. В связи с тенденцией, называемой *конвергенцией*, в редакциях все более востребованными становятся *журналисты-универсалы*, что не отменяет *специализации*: журналисты могут отдавать предпочтение тому или иному виду творчества – словесному, визуальному или словесно-визуальному. Отсюда – *различия по характеру труда* – творческому, техническому, комбинированному: корреспондент добывает, обрабатывает и транслирует информацию, редактор – редактирует и компоует информацию, бильдиредатор – визуализирует информацию и т.д.

Журналист печатной прессы. Есть своя специфика в деятельности журналистов, работающих в редакциях газет и журналов. В первом случае ценится оперативность, умение работать в малых жанрах и т.д., во втором – аналитизм, проявляющийся особенно в крупных жанрах. Работа газетчика – каждодневный труд по довольно жесткому графику, работа в редакции журнала (если это, конечно, не еженедельный журнал) дает корреспонденту больше свободы, но и предъявляет особые требования к качеству готовящихся текстов, которые должны быть «долгоиграющими», достаточно фундаментальными по выводам и т.д.

Журналист электронных СМИ. Различия в деятельности радио-, теле- и Интернет-журналистов связаны, прежде всего, с техникой и технологией сбора, обработки и трансляции информации.

¹ Кстати, великий писатель, отдавший дань и журналистике, также приводит своеобразную классификацию работников прессы, выделяя два вида журналиста – публициста и критика.

Форма собственности (статусные отношения владельца, издателя, учредителя) также диктует особые журналистские роли: *журналист общественных СМИ, журналист государственных СМИ, журналист частных СМИ, журналист СМИ смешанной формы собственности*¹.

Здесь особую роль играют взаимоотношения между корреспондентом и редактором, редактором и владельцем (учредителем, издателем), опирающиеся на законодательство о СМИ, систему редакционных нормативно-правовых документов, общие взгляды на миссию журналистики и журналистов, на проблему свободы слова, на профессиональные и этические стандарты и т.д. На характере отношений влияет и статус работника: *штатный журналист* более ограничен в своих действиях, *фрилансер* (журналист на договоре, на гонораре)² по определению более свободен в выражении собственной позиции.

Тип СМИ (тематика и проблематика).

В зависимости от типа СМИ редакции имеют особую систему отделов, в которых готовятся определенные разделы периодического издания. В универсальном СМИ это – социальная проблематика, политика, экономика и т.д.; например, в специализированном спортивном СМИ это – футбол, хоккей, баскетбол и т.д., а в корпоративном вузовском – учеба, наука, специальности, специализации и т.д.

Журналист универсального СМИ.

Журналист специализированного СМИ.

Журналист корпоративного СМИ.

На характер журналистской деятельности накладывает отпечаток специфика социальной сферы, представляемой СМИ или отделом редакции (структуры гражданского общества, государственные структуры, политика, экономика, искусство и т.д.), как и направленность СМИ – качественного, квалоида или бульварного по преимуществу.

Жанры. С годами журналист отдает предпочтение определенной специализации творческой деятельности, в частности, жанровой – репортерской, аналитической, образной:

Журналист-новостийщик.

Журналист-аналитик.

Журналист-очеркист (эссеист, фельетонист).

В современной научной литературе также встречаются описания журналистских типов: идеалистов (гипотетический образ независимого журналиста), романтиков, авантюристов, предпринимателей, генераторов идей, свободных профессионалов и других. Это важно не только с чисто познавательной точки зрения, но и с научных позиций, предполагающих изучение существующей ситуации (явлений, тенденций) и создание прогностических моделей прогрессивной журналистики и журналистской профессиограммы.

¹ Видимо, в этом же ряду – журналисты партийных и корпоративных СМИ.

² Фрилансер (англ. freelancer – вольный копеещик, свободный копьеносец, наемник; в переносном значении – вольный художник) – человек, выполняющий работу без заключения долговременного договора с работодателем, нанимаемый только для выполнения определенного перечня работ (внештатный работник). Также фрилансером является работник, приглашенный для выполнения работ в ходе аутстаффинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абов Е.* О проблеме профессиональных стандартов в российской прессе. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/knigi-i-statii/305-o-probleme-professionalnykh-standartov-v-rossijskoj-pressе> (режим доступа – свободный).
2. *Засурский Я.Н.* Журналист: российско-американские социологические исследования / Я.Н. Засурский, С.Г. Колесник, Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева. Эслан-Москва, 1998.
3. *Свитич Л.Г.* Введение в специальность: Профессия журналист. М., 2011.
4. *Свитич Л.Г.* Профессия – журналист. М., 2003.
5. *Свитич Л.Г., Ширяева А.А., Дзялошинский И.М.* Журналист: социологические и социопсихологические исследования. М., 1994.
6. *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Российский журналист и журналистское образование: социологические исследования. М., 2006.
7. *Пасти С.* Российский журналист в контексте перемен. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.uta.fi/cmt/yhteystiedot/henkilokunta/svetlanapasti/publications/pastinkirja.pdf> (режим доступа – свободный).
8. *Бальзак О.* Монография о парижской прессе/Отрывок из «Естественной истории двуруких общественных») [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://aafokin.narod.ru/Balzak.pdf> (режим доступа – свободный).

«НОВЫЙ ЖУРНАЛИЗМ» В СИТУАЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАСИСТЕМЫ

Д.В. Туманов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент;

Л.Г. Егорова,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент

E-mail: dvt1964@yandex.ru

Аннотация: в статье раскрываются приемы и методы «нового журнализма», ставится проблема их научного осмысления в условиях трансформации информационного поля. Масс-медиа находятся в постоянном взаимодействии с социо-культурными, политическими и экономическими преобразованиями общества, формируя новую информационную среду, преобразующую как сами средства массовой информации, так и общество в целом. Впервые в науке проведена систематизация приемов и методов «нового журнализма» с позиций трансформации аудиторного восприятия, позволяющая модернизировать процессы профессионального обучения студентов.

Ключевые слова: новый журнализм, трансформация общества, информационное поле.